Agriculture and Agri-Food Canada | Agriculture et Agroalimentaire Canada

Canada

Agri-Food Export Business Guide
Agriculture and Agri-Food Canada

March 2001

BRAZIL
(Republica Federativa do Brasil)

Table of Contents

1. Demand for Food Products and the Import Market

Consumption of Food Products
Characteristics of Import Market
Sociodemographic Characteristics

2. Regulations, Customs and Documentation

Market Access
Tariffs
Going Through Customs
Regulation of Food Products
Documentation
Labelling and Packaging
Overview of Regulations

3. Distributing Your Product in Brazil

Import Agents, Distributors and Direct Purchases
Contacts
Distribution Channels
Hotels, Restaurants and Institutions

Market Studies on Specific Products

Bibliography - Documents Available Electronically

Bibliography - Documents Available Only in Print

At the dawn of 2001, Brazil is slowly recovering from a sluggish period that greatly affected its economy and

devalued its currency, the *real*. Although the introduction of the "*Real Plan*" curbed the hyperinflation of 1994–95, maintaining high interest rates to maintain the value of the new currency soon plunged the country into a recession in 1998.

Since 1999, however, the Brazilian economy has been showing signs of revival. The exchange rate of the real stabilized and the public debt load was lightened accordingly. Despite weak growth (0.5%) in GDP in 1999, North American credit rating agencies changed the "Brazil risk" from negative to positive. Another sign that the economy was picking up was that direct foreign investment, rather weak in 1998, reached its highest historical level in 1999 at US$29.9 billion.

The success of the "*real*" recovery plan, supported by the movement to privatize the banking sector and the deregulation of imports, among other things, created conditions conducive to a new boom in the Brazilian economy.

1. Demand for Food Products and the Import Market

1.1 Consumption of Food Products

The per capita disappearance data published by *Euromonitor* for over one hundred products show that Brazilians are the biggest meat eaters (61.3 kg per person per year) in Latin America, after Argentines. Beef accounts for a major part of meat consumption, at close to 30 kg per person per year. Although pork is the least popular meat (9.7 kg), consumption has been rising slowly but steadily in recent years, unlike consumption of fresh poultry, which is tending to stabilize.

Like Mexicans, Brazilians eat very little cheese (1.6 kg). They are big consumers of eggs, rice, biscuits and snacks, on the other hand. Consumption of frozen foods is on the rise, especially red meat and poultry. Brazilians are very fond of canned foods, especially vegetables, meat, fish and beans. Consumption of processed and frozen foods has also been rising for several years.

Consumer behaviour has changed significantly in recent years. The still recent sharp drop in inflation has greatly increased the buying power of lower-income Brazilians. This significance of this new reality should not be underestimated, since 52.5% of Brazilian households are classified as low-income or poor. The most optimistic estimates suggest that over 13 million consumers are suddenly in a position to consume more. The large numbers of this category of consumers are having a major effect on revitalizing the Brazilian consumer market.

Brazilians allocate 37.4% of their total consumer spending to food purchases. And since price is still an important factor in buying decisions, they pay particular attention to specials and in-store discounts. Brand loyalty is weaker than it was in the early 1990s, which favours impulse buying. This phenomenon is being noted increasingly and 85% of Brazilians say they choose a brand at the last minute. To take advantage of this tendency, companies must therefore focus their promotional efforts and marketing on sales outlets.

1.2 Characteristics of Import Market

Brazil is one of the biggest agri-food exporters in the world. The main exports are coffee, tea, spices, sugar and confectionery, meat and tobacco. Total agri-food exports exceeded US$14 billion in 1999.

The main products imported to Brazil are grains and dairy products. According to the U.S. State Department, some of those with the best growth potential are wheat, peaches and pears, dairy products and fodder seed. Canada already exports some of these products, but mainly grain products and cereal meals and flours (wheat and malt). Canadian agri-food exports to Brazil totalled close to CAN$96 million in 1999. More comprehensive statistics on Brazilian trade are available on request.

Brazil's main trading partners are Argentina and Uruguay, especially for grains and dairy products. They are thus directly competing with Canada and it is especially difficult to compete with them given the low duties and tariffs Mercosur countries enjoy. The United States and the European Union are nonetheless omnipresent in a number of sectors.

For market studies of specific products, see the bibliography.

1.3 Sociodemographic Characteristics

Brazil today is the most powerful country in Latin America, with over 165 million inhabitants and a GDP representing approximately 35% of the combined Latin American GDP.

As in most of Latin America, the population of Brazil is young, with 30% aged 14 and under and 65% between 15 and 64. The largest cities are São Paulo (20 million), Rio de Janeiro (12 million), Belo Horizonte (4.4 million) and Porto Alegre (3.7 million).

The sociodemographic structure of Brazil is strongly characterized marked by growing inequality in the distribution of wealth. The poorest 20% of Brazilians account for only 2% of all income, while the wealthiest 2.5% earn over 30%. Due to the country's weak economic growth, per capita income declined by 1.6% between 1998 and 1999, despite some degree of recovery.

2. Regulations, Customs and Documentation

2.1 Market Access

Mercosur is Brazil's most important trade agreement by far. It is both a free-trade agreement (like NAFTA) among the four signatory countries, the others being Argentina, Paraguay and Uruguay, and a customs union (similar to the European Union) that sets a common external tariff. In 1996, free-trade agreements were signed with Chile and Bolivia, making those two countries associate members. The size of the market — 240 million consumers — gives Mercosur a great deal of influence in negotiations concerning a possible Free Trade Area of the Americas (FTAA).

Tariffs on goods originating from or marketed by signatory countries have been gradually reduced to zero, except for a list of sensitive products that benefit from a transition period from 2001 to 2006. The common external tariff (CET) covers 85% of products. As associate members, Chile and Bolivia maintain their own external tariffs.

2.2 Tariffs

Up until November 1997, CETs varied between 0% and 20%, but changes have been made since, some of them temporary, meant to end in December 2000. It is therefore strongly recommended that you check the tariff that applies to your product.

To find out the harmonized system (HS) code and the tariff that apply to your product, in Canada contact the Tariffs and Market Access Division of the Department of Foreign Affairs and International Trade.

Department of Foreign Affairs and International Trade
Tariffs and Market Access Division
Contact: Gerald Snyder
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario K1A 0G2
Telephone: (613) 944-5070
E-mail: gerald.snyder@dfait-maeci.gc.ca

Tariffs and Market Access Division
Contact: Gerald Snyder
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario K1A 0G2
Telephone: (613) 944-5070
E-mail: gerald.snyder@dfait-maeci.gc.ca

The Brazilian customs authority is the Ministry of Finance:

Ministry of Finance (*Ministério da Fazenda*)
General Co-ordinator of Customs System
Clecy Maria Busato Lionço
Esplanada dos Ministérios, Bloco P, 4^0 andar
700. 48-900 Brasilia, DF
Telephone: (55-61) 412-3403 / 04 / 05 / 07
Fax: (55-61) 412-1537
www.fazenda.gov.br

General Co-ordinator of Customs System
Clecy Maria Busato Lionço
Esplanada dos Ministérios, Bloco P, 4^0 andar
700. 48-900 Brasilia, DF
Telephone: (55-61) 412-3403 / 04 / 05 / 07
Fax: (55-61) 412-1537
www.fazenda.gov.br

2.3 Going Through Customs

Since 1989, Brazil has been liberalizing trade, and has become increasingly open to the import of various products. Some aspects of the regulatory framework still pose a problem to Canadian exporters, however, especially Brazilian laws respecting imports. Brazil still chiefly uses customs tariffs to regulate imports.

It is up to the Brazilian importer to meet special local import conditions. Importers generally rely on customs brokers to handle the required paperwork. A broker is in the best position to provide you with up-to-date information about the applicable procedures and fees. The Canadian embassy and consulates in Brazil can also supply you with a list of customs brokers, if necessary.

For all imports, the process begins with the issuing of an import licence. **This document is essential and must be obtained before shipping. Furthermore, only importers registered with the *Secretária de Comércio Exterior* (SECEX) may obtain an import licence.** Since 1997, the importing process has been computerized, with the introduction of an automated licensing system called SISCOMEX (*Sistema Integrado de Comércio Exterior*). For agricultural and food products, the licence is issued after approval and registration with the proper authorities of the departments of health and agriculture (see Section 2.4). Once an import licence has been obtained and information on the freight registered in SISCOMEX, the system indicates the import duties and other taxes payable.

As a member of the WTO, Brazil determines the customs value of goods by applying the provisions of customs valuation rules. Duties are imposed on the CIF (cost, insurance, freight) value of imports. Various taxes are also collected. **Although your importer and customs broker are in the best position to let you know the applicable rates and exemptions**, here is an overview:

- Federal tax on industrial products (IPI: *Imposto sobre Produtos Industrializados*), varying between 0 and 15%, depending on the product, and applied to the sum of the CIF value and the import duty
- State value-added tax known as ICMS (*Imposto sobre Circulaçao de Mercadorias e Serviços)*, which varies from 12 to 23%, depending on the state. It applies to the sum of the CIF value, import duty and federal IPI
- SISCOMEX user fee

2.4 Regulation of Food Products

Regulation and marketing of food products in Brazil is under federal jurisdiction. At present, two ministries, through their various branches, regulate and control the import of food products.

- *Ministério da Agricultura e do Abastecimento* (MAA): Oversees fresh products, primary manufactured goods, animal products, pet products, live animals, plants, and alcoholic and non-alcoholic beverages.
- *Ministério de Saúde* (MS): Oversees processed products and food supplements, except those under the authority of the MAA.

For some goods, these agencies require registration of the importer and/or the products with the proper authorities. Although it is the importer's responsibility to take the necessary steps to register, the exporter should be ready to provide samples, documents and any other information required (e.g., health certificate or phytosanitary certificate approved by the CFIA and a Brazilian consulate in Canada). The Department of Plant Health and Inspection Service (Departamento de Defesa e Inspeção Vegetal — DDIV), for instance, requires samples of wine, spirits, beer and juice for chemical analysis.

Ministry of Agriculture and Food *(Ministério da Agricultura e do Abastecimento* — MAA)
Esplanada dos Ministerios, Bloco D
CEP: 70043-000 — Brasília — DF
Telephone: (55-61) 218-2000
www.agricultura.gov.br

Ministry of Health (*Ministério de Saúde* — MS)
National Health Surveillance Agency (Agência Nacional de Vigilância Sanitária — ANVISA)
SEPN 515, Bloco B, Edifício Ômega
Brasília (DF) — CEP 70.770-502
Telephone: (55-61) 448-1000
www.anvisa.gov.br

2.5 Documentation

It is strongly recommended that you check the documentation required before shipping your product. The importer will generally be aware of the procedures that apply to the importing of your product. Note that some documents (like health certificates or phytosanitary certificates) must be authenticated by a Brazilian consulate in Canada.

The documents required can vary with the method of shipment: boat, train, truck or mail. For statistical purposes, Canada requires exporters to complete an Export Declaration (Form B13A). It can be filled in and sent electronically to the Canada Customs and Revenue Agency at www.ccra-adrc.gc.ca/E/pbg/cf/b13abp/README.html

The basic Brazilian documentation required includes an import licence, a commercial invoice, a bill of lading, and a health or phytosanitary certificate. Other documents, such as a certificate of origin, packing list, insurance certificate or pro-forma invoice, may also be required. It is important to check with the importer because some documents are required before an import licence can be obtained. Here is a brief description of the basic documents.

- Import licence

  This is the most important document and it is essential for exporting products to Brazil. As mentioned in Section 2.3, an import licence is obtained by the importer from the SISCOMEX computer system.

- Commercial invoice

  This gives all the details of the transaction. It must be drawn up by the manufacturer, the seller in the country of origin or the import agent, and must include: full address of exporter and importer, import licence number, all information on delivery and payment (date, mode of transportation, etc.) and a description of the goods. It must be written in or translated into Portuguese, and several copies must be signed by hand by the exporter. Follow the importer's instructions.

- Bill of lading

  Confirms that the goods have been delivered. Should include the full references of the carrier and the goods. The import licence number and its date of expiry should also be indicated. Transportation costs should be clearly indicated in words and figures. Follow the importer's instructions as to the number of copies required.

- Health or phytosanitary inspection certificates

  Exporters are responsible for ensuring that all the requirements of the Brazilian import authorities are

met. The Canadian Food Inspection Agency only monitors their fulfilment and provides certification accordingly. One of the first contacts that a prospective Canadian exporter should make is with the export products officers of the CFIA. For an example of the health inspection requirements, consult Chapter 11 of the CFIA's *Meat Hygiene Manual of Procedures*, which sets out the requirements for meat products. Section 11.7.3 gives the specific requirements for Brazil.

CFIA Meat Hygiene Manual of Procedures
www.cfia-acia.agr.ca/english/anima/meavia/mmopmmhv/table11e.shtml

It is important to note that health and phytosanitary certificates must be authenticated by a Brazilian consulate in Canada. The CFIA does not collate the requirements of other countries concerning plant products, either with respect to phytoprotection or quality standards. It does, however, issue permits and phytosanitary certificates requested by exporters. It is important to check the procedures to be followed in order to avoid delays.

2.6 Labelling and Packaging

In order to meet all requirements and avoid penalties, you should ask the importer for specific instructions on how to identify each product. In Brazil, some labels must be preapproved by the Ministry of Agriculture and Food and/or the Ministry of Health. There are Brazilian firms that specialize in providing the technical assistance required to register with the ministries concerned.

Enforcement of labelling requirements is overseen by the Consumer Defence and Protection Department (*Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor* — DPDC), which comes under the Ministry of Justice. Besides requiring basic information, the Brazilian code has some specific particularities.

2.6.1 Overview of Regulations

Basic Requirements

- Product name
- Country of origin
- Quality, purity or mixture
- Net volume and weight expressed in metric units or equivalent measure
- Food colouring and other additives
- Manufacturer's production and expiry dates
- Ingredients
- Storage instructions (if necessary)
- Price and shelf life

Brazilian importers, agents and distributors commonly accept self-stick labels giving the above information in Portuguese for imported products. The label must also give the importer's full name and address and tax registration number.

Language: The basic information required on the label must be in Portuguese.

Alcoholic beverages: Brazilian law stipulates that all alcoholic beverages must include the following statement on the label: ***Evite o Consumo Excessivo de Alcool***.

3. Distributing Your Product in Brazil

3.1 Import Agents, Distributors and Direct Purchases

There are a number of traditional ways of penetrating the Brazilian market (import agents, distributors, wholesalers, merchandising companies, direct sales, etc.). The choice of method depends on the degree of control that the manufacturer would like to retain over prices and sales channels (retail, restaurants or food processors), short and long-term objectives, cost and after-sales service. Relations between import agents and exporters are governed by specific Brazilian laws, especially with regard to indemnity clauses. For example, if an agreement is broken, the law usually favours the Brazilian agent and determines the compensation to be paid.

According to a U.S. Department of Agriculture report (USDA BR0026), there are three main ways of penetrating the Brazilian market for imported foods:

- **Directly to supermarkets.** This is an increasingly common way for the chief large food retailers to procure imports. Products are imported directly through a central buying service.
- **Local importers** sell imported goods to retailers and the HRI industry (hotels, restaurants and institutions). Although central purchasing services are a fact of life, retailers still use the services of local importers for certain products.
- **Distributors and Wholesalers.** Big retailers are using these channels less and less. This type of distribution is now used only if justified by the low cost or if the exporter's strategy is to sell the product in small traditional shops.

3.2 Contacts

The *Dun & Bradstreet* directory of the biggest companies in Latin America is organized by country and industry code (SITC classification). Companies also active as importers are marked. The directory is very useful for businesses looking for a manufacturer or importer or seeking a strategic alliance.

You can also read the USDA report (BR0017) on the food processing industry in Brazil. It profiles the biggest companies by sector and indicates the importing method they use (direct purchasing, agents, etc.). It is a good starting place for suppliers of ingredients.

3.3 Distribution Channels

There are still many small food markets, public markets and street stalls, where people purchase fresh fruit and vegetables or fish. In this retail category, neighbourhood shops (like convenience stores at gas stations) are increasingly numerous and offer a variety of processed foods. They sell very few imported goods, however.

The biggest market opportunities are undoubtedly offered by large retailers, which account for approximately 75% of food sales. Imports represent between 5 and 10% of their total revenue. According to the Brazilian Supermarket Association (Associação Brasileira de Supermercados — ABRAS), the number of supermarkets has risen by almost 11% since 1998. The association also notes that companies are starting to pay more attention to consumer preferences and local tastes.

Here is an overview of Brazilian distribution as seen by the USDA.

Company	Owner	No. of Stores	Food and Beverage Sales (US$ millions 1999)	Buying Policy
Carrefour Com. e Ind. Ltda	French	152	7,943	Direct purchases, local importers
Cia Brasileira de Distribuição	Local and French	349	7,760	Direct purchases, local importers
Sonae Distribuição Brasil S/A	Portuguese	164	2,854	Direct purchases, local importers
BomPreco S/A Sup. Nordeste	German	100	2,642	Direct purchases, local importers
Casa Sendas Com. e Ind S/A	Local	82	2,377	Direct purchases, local importers
Wal-Mart Brasil Ltda	U.S.	9	955	Direct purchases, local importers
Se Supermercados	Portuguese	48	714	Direct purchases, local importers
Cia Zaffari Com. e Ind	Local	19	696	Direct purchases, local importers
G. Barbosa & Cia Ltda	Local	34	518	Local importers

Source: USDA — Foreign Agricultural Service (2000). *Brazil — Retail Food Sector 2000* — Gain Report BR0026.

3.4 Hotels, Restaurants and Institutions

Here are the main conclusions of the USDA report (BR0023) on the HRI sector in Brazil:

- In 1997, Brazilians spent an average of 11.9% of their food budget on meals eaten away from home.
- The food services industry generates revenue on the order of US$5 billion. According to the Brazilian Association of Food Service Businesses (Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas — ABERC), 7.5 million meals are served each day. Fast food and industrial and institutional suppliers can reach volumes that justify importing directly from foreign manufacturers.
- The tourism industry generates revenue of approximately US$52 billion in the Brazilian economy. With planned infrastructure investments, the anticipated results are on the order of US$123 billion by 2010.
- Many HRI companies buy imported goods through local importers, and rarely import directly themselves.
- Local importers tend more to look for new, sophisticated products where price is not an important factor in the purchase. There is also an increase in demand for quality products with high value added.
- After markets were opened up in 1994, local producers acquired the equipment and technology required to compete with imported products. The quality and variety of local products have improved considerably since then. That explains why many imported goods have disappeared from the Brazilian market since the mid-1990s.
- Products with the best potential are in the categories of deep-frozen, semiprepared and health foods.

Market Studies on Specific Products

Available on the Canadian Trade Commissioner Service Web site, www.infoexport.gc.ca — *Market Prospect* services section

- The Agri-Food Market in Brazil, 4 pages, December 2000
- The Snack Food Market in Brazil, 30 pages, January 2000
- The Biscuits Market in Brazil, 29 pages, November 1999
- The Frozen Vegetable Market in Brazil, 31 pages, November 1999
- The Bottled Water Market in Brazil, 25 pages, July 1999
- The Pet Food Market in Brazil, 26 pages, August 1998
- The Confectionery Market in Brazil, 29 pages, April 1998

Available on the Web site of the Foreign Trade Branch of the French Department of the Economy, Finance and Industry (Direction des relations économiques extérieures du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie), www.dree.org/bresil/

- Le secteur laitier au Brésil — Summary — 2 pages, June 2000
- Boissons non alcoolisées et Jus de Fruits — Summary — 2 pages, May 2000
- L'ndustrie agro-alimentaire — Summary — 2 pages, May 2000
- La filière fruits au Brésil — Summary — 2 pages, April 2000
- Le marché de la génétique animale au Brésil — Overview — 11 pages, March 2000
- Le marché brésilien des aliments pour animaux d'élevage — Overview — 7 pages, November 1999
- L'élevage au Brésil — Summary — 3 pages, October 1999
- La Biscuiterie au Brésil — Summary — 2 pages, September 1999
- Les Vins & Spiritueux au Brésil — Summary — 4 pages, September 1999
- Panification et viennoiserie au Brésil — Summary — 3 pages, September 1999

3 Available on the U.S. Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service Web site, www.fas.usda.gov — *Attaché Reports* section

- State of Biotechnology in Brazil - GAIN Report AR1601, 9 pages, January 2001
- Dairy and Products 2000 — GAIN Report BR0624, 21 pages, November 2000
- Livestock and Products 2000 — GAIN Report BR0617, 27 pages, August 2000
- Poultry and Products 2000 — GAIN Report BR0619, 21 pages, August 2000
- Kosher Food Market in Brazil — 1999 — GAIN Report BR9633, 18 pages, March 2000
- Organic Farming in Brazil — GAIN Report BR9616, 6 pages, April 1999
- Pet Food Market in Brazil — GAIN Report BR9608, 8 pages, February 1999

Available on the InfoAmericas Web site:

www.infoamericas.com/onlinelibrary/market_studies_business_guides.htm

- The Brazilian Tourism Industry, 12 pages, April 1999

Available on request only, from the U.S. State Department

- Brazil – Fast Food Franchising – ISA970901, 53 pages, September 1997

Bibliography - Documents Available Electronically

State of Demand and the Import Market

- CIA World Factbook 2000, 10 pages: www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/br.html
- Le consommateur brésilien — Summary — 2 pages, March 2000: www.dree.org/bresil/

Brazilian Regulations

On the site: www.infoexport.gc.ca

Market Prospect services section (Brazil)

- Import Costs & Regulations — An Overview, 3 pages, August 2000

On the site www.dree.org/bresil/

- Législation/importation brésilienne de produits agro-alimentaires — Summary — 3 pages, September 1999

On the site www.fas.usda.gov, *Attaché Reports* section

- Food and Agricultural Import Regulations and Standards — Country Report Update — GAIN Report BR0616, 21 pages, August 2000
- Registration of Imported Food Products — GAIN Report BR0611, 4 pages, April 2000
- New Food and Drug Inspection Agency — GAIN Report BR9619, 2 pages, May 1999
- New Procedures for Registration of U.S. Meat, Dairy — GAIN Report BR9614, 5 pages, April 1999

Distribution Channels

On the Canadian Trade Commissioner Service site, www.infoexport.gc.ca

- Supermarkets and Hypermarkets — Brazil, 2 pages, August 2000

On the site www.fas.usda.gov — *Attaché Reports* section

- Retail Food Sector Report 2000 — GAIN Report BR0026, 13 pages, November 2000
- HRI Food Service Sector — GAIN Report BR0023, 13 pages, October 2000
- Food Processing Sector Report — GAIN Report BR0017, 14 pages, August 2000
- Retail Food Sector Report 1999 — GAIN Report BR9032, 16 pages, February 2000

On the site www.dree.org/bresil/

- La grande distribution au Brésil — Summary — 2 pages, January 2000

Other Web Sites of Interest

- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior — Secretária de Comércio Exterior (SECEX): www.mdic.gov.br/comext/pag/comext.html
- Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC): www.mj.gov.br/dpdc/default.asp
- Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS): www.abras.com.br
- Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas (ABERC) — Brazilian Food Service Business Association: www.aberc-br.org.br
- Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA): www.abia.org.br
- Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo (ABRESI): www.abresi.com.br
- Inter-American Development Bank: www.iadb.org
- Mercosur — Business and Information Community: www.mercosur.com

Bibliography - Documents Available Only in Print

State of Demand and the Import Market

- *L'état du monde 2001*, 12 pages
- Euromonitor (1999) — *Consumer Latin America 1999*, 15 pages
- Economist Intelligence Unit (1999) — *Consumer Marketing in Latin America*, Chapter 6, "Consumer Market Trends: Brazil," 20 pages
- World Trade Atlas Statistics
- Statistics Canada, *Canadian International Merchandise Trade*
- Centre français du commerce extérieur (2000) — *Exporter au Brésil*, 42 pages

Brazilian Regulations

- Department of Foreign Affairs and International Trade (1998). *Comment exporter des aliments transformés au Brésil*, 80 pages (available in French only)
- U.S. Department of State (1999). *Country Commercial Guide* (chapter titled "Trade Regulations and Standards"), 24 pages
- D&B, *Exporters Encyclopaedia for Brazil*, 16 pages

Distribution Channels

- Economist Intelligence Unit — *Consumer Marketing in Latin America*, Chapter 9, "The Retail Revolution," 15 pages
- U.S. Department of State (1999). *Country Commercial Guide* (chapter titled "Marketing U.S. Products and Services"), 7 pages
- *D&B Handbook of Major Companies in the Region*, 64 pages
- São Paulo Stock Exchange (BOVESPA) — *Brazil Company Handbook*, 1999–2000, 18 pages

Contact an Agri-Food Trade Service representative

Publication Date: 2001-03-01

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, 2001

Agriculture and Agri-Food Canada | Agriculture et Agroalimentaire Canada

Canada

Guide d'exportation agroalimentaire Agriculture et Agroalimentaire Canada

Mars 2001

BRÉSIL
(Republica Federativa do Brasil)

Table des matières

1. La demande alimentaire et le marché d'importation

La consommation de produits alimentaires
Caractéristiques du marché d'importation
Caractéristiques socio-démographiques

2. Réglementation, douane et documentation

L'accès au marché
Les tarifs
Le passage aux douanes
Réglementation des produits agroalimentaires
Documentation
Étiquetage et emballage
Aperçu de la réglementation

3. Distribuer votre produit au Brésil

Agents importateurs, distributeurs et achats directs
Des contacts
Fonctionnement des réseaux de distribution
Hôtels, restaurants et institutions

Études de marché spécifiques

Bibliographie - Documents disponibles sous le format électronique

Bibliographie - Documents disponibles sous le format papier seulement

---

À l'aube de l'an 2001, le Brésil se remet lentement d'une période creuse qui a grandement affectée son économie et, du coup, a vu sa devise réévaluée, le real. Bien que l'introduction du "Plan Real" ait permis de freiner l'hyperinflation de 1994-1995, le maintien de taux d'intérêts élevés pour s'assurer de maintenir la valeur de cette nouvelle monnaie a vite fait de plonger le pays dans une récession en 1998.

Dès 1999, l'économie brésilienne a donné toutefois des signes de reprise. La valeur du real s'est stabilisée et la dette publique s'en est trouvée allégée d'autant. Du fait, malgré une faible croissance du PIB en 1999 (0,5 %), les agences de notation nord-américaines faisaient passer le facteur "risque Brésil" de négatif à positif. Autre signe d'un redressement de l'économie, les investissements directs étrangers, plutôt faibles en 1998 ont atteint en 1999 leur plus haut niveau historique soit, 29,9 milliards de dollars US.

Le succès du plan de redressement du real appuyé, entre autres, par le mouvement de privatisation du secteur bancaire et de la déréglementation des importations ont créé les conditions propices à un nouvel essor de l'économie brésilienne.

1. La demande alimentaire et le marché d'importation

1.1 La consommation de produits alimentaires

Les données de consommation (apparente) per capita pour plus d'une centaine de produits publiées par *Euromonitor* montrent que les Brésiliens sont parmi les plus grands consommateurs de viandes des pays d'Amérique latine après l'Argentine avec (61,3 kg). La consommation de loin la plus importante est celle de la viande bovine avec près de 30 kg. Bien que la viande porcine demeure la viande la moins consommée (9,7 kg), celle-ci enregistre une hausse légère mais constante depuis les dernières années, contrairement à la consommation de viande de volaille fraîche qui tend à se stabiliser.

À l'instar des Mexicains, les Brésiliens mangent très peu de fromage (1,6 kg). En revanche, ils sont de grands consommateurs d'œufs, de riz, de biscuits, ainsi que de grignotines. La consommation de produits surgelés est en hausse, surtout pour les viandes rouges et la volaille. Les aliments en conserve sont très prisés au Brésil, principalement les légumes, la viande, le poisson et les fèves. La consommation d'aliments transformés et congelés connaît également une hausse appréciable depuis quelques années.

Le comportement des consommateurs brésiliens s'est modifié de façon significative depuis les dernières années. La baisse radicale et encore récente de l'inflation a permis aux Brésiliens à revenus modestes d'augmenter considérablement leur pouvoir d'achat.

Cette nouvelle réalité n'est pas négligeable puisque 52,5 % des ménages brésiliens se situent dans les catégories modeste et pauvre. Les plus optimistes estiment à plus de 13 millions le nombre de consommateurs soudainement en mesure de consommer davantage. L'importance numérique de cette catégorie de consommateurs contribue largement au nouveau dynamisme du marché brésilien de la consommation.

Les Brésiliens allouent 37,4 % de leurs dépenses de consommations totales à l'achat de produits alimentaires. Et puisque le prix demeure un facteur important dans la décision d'achat, ils portent une attention particulière aux promotions et rabais en magasin. La loyauté à une marque donnée est plus faible qu'au début des années 1990, ce qui favorise l'achat impulsif en magasin. Ce phénomène est de plus en plus remarqué, 85 % des brésiliens prétendant choisir une marque à la dernière minute. Pour profiter de cette tendance, les entreprises doivent donc accentuer l'effort promotionnel et marketing au niveau des points de vente.

1.2 Caractéristiques du marché d'importation

Le Brésil se classe parmi l'un des plus grands pays exportateurs de produits agroalimentaires au monde. Ses principales exportations sont le café, le thé, les épices, le sucre et les sucreries, la viande et le tabac. Le total des exportations agroalimentaires s'élevait en 1999 à plus de 14 milliards de dollars US.

Les principaux produits importés par le Brésil sont les céréales et les produits laitiers. D'après le US Department of State, certains des produits qui présentent le meilleur potentiel de croissance sont le blé, les pêches et les poires,

les produits laitiers et les semences fourragères. Le Canada exporte déjà ce type de produits, mais exporte principalement des produits céréaliers et de minoterie (blé et malt). Le total des exportations agroalimentaires canadiennes vers le Brésil atteignait près de 96 millions de dollars canadiens en 1999. Des statistiques plus complètes sur le commerce du Brésil sont disponibles sur demande.

Les principaux partenaires commerciaux du Brésil sont l'Argentine et l'Uruguay particulièrement pour les céréales et les produits laitiers. Ils sont de ce fait des concurrents directs du Canada et il s'avère particulièrement difficile de faire concurrence à ces pays étant donné les droits et tarifs peu élevés dont peuvent se prévaloir les pays du Mercosur. Les Etats-Unis et l'Union Européenne sont tout de même omniprésents dans plusieurs secteurs commerciaux.

Pour des études de marché spécifiques à des produits, le lecteur est invité à consulter la bibliographie.

1.3 Caractéristiques socio-démographiques

Le Brésil constitue aujourd'hui la première puissance d'Amérique latine avec plus de 165 millions d'habitants et un PIB qui représente environ 35 % de l'ensemble du PIB latino-américain.

Comme pour la majorité des pays d'Amérique latine, la population brésilienne est jeune avec 30 % ayant 14 ans et moins et 65 % ayant entre 15 et 64 ans. Les principales agglomérations urbaines sont Sao Paulo (20 millions), Rio de Janeiro (12 millions), Belo Horizonte (4,4 millions) et Porto Alegre (3,7 millions).

La structure socio-démographique brésilienne est profondément caractérisée par une inégalité accrue dans la distribution des richesses. Les 20 % de Brésiliens les plus pauvres ne détiennent ensemble que 2 % du total des revenus alors que les 2,5 % de Brésiliens les plus riches détiennent à eux seuls près de 30 % du total des revenus. Du fait de la faible croissance économique, le revenu par habitant a décliné de 1,6 % entre 1998 et 1999, malgré une certaine reprise.

2. Réglementation, douane et documentation

2.1 L'accès au marché

Le Mercosur constitue de loin l'accord commercial le plus important pour le Brésil. Il s'agit à la fois d'un accord de libre-échange (comme l'ALÉNA) entre les quatre pays signataires – les autres étant l'Argentine, le Paraguay et l'Uruguay - et d'une union douanière (semblable à l'Union européenne) qui établit un tarif extérieur commun. En 1996, des accords de libre-échange ont été conclus avec le Chili et la Bolivie qui font de ces deux pays des membres associés. L'importance de ce marché de 240 millions de consommateurs explique largement l'influence des partenaires du Mercosur dans leurs négociations en vue d'une éventuelle Zone de libre-échange des Amériques (ZLÉA).

Les tarifs sur les biens d'origine ou commercialisés par les pays signataires furent graduellement réduit à zéro, sauf pour une liste de produits sensibles qui bénéficient d'une période de transition de 2001 à 2006. Le tarif extérieur commun (TÉC) couvre pour sa part 85 % des produits. En tant que membres associés, le Chili et la Bolivie conservent leurs propres tarifs extérieurs.

2.2 Les tarifs

Avant novembre 1997, les TÉC variaient entre 0 et 20 % mais des changements ont été apportés depuis. Certains de ces tarifs avaient un caractère temporaire et devaient prendre fin en décembre 2000. Il est donc fortement recommandé de vérifier le tarif qui s'applique à votre produit.

Pour connaître le code du système harmonisé et le tarif applicable, vous pouvez communiquer, au Canada, avec la Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés du Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international :

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés
Contact : Gerald Snyder
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 944-5070
Courriel : gerald.snyder@dfait-maeci.gc.ca

Au Brésil, le Ministère des Finances est l'au[illegible] gouvernementale en matière de douane :

Ministère des finances (Ministério da Fazenda)
General Coordinator of Customs System
Clecy Maria Busato Lionço
Esplanada dos ministérios, Bloco P, 4 ^{0} andar
700. 48-900 Brasilia, DF
Téléphone : (55-61) 412-3403 / 04 / 05 / 07
Télécopieur : (55-61) 412-1537
www.fazenda.gov.br

2.3 Le passage aux douanes

Depuis 1989, le Brésil applique une politique de libéralisation du commerce et s'est de plus en plus ouvert à l'importation de produits divers. Toutefois, certains aspects du cadre réglementaire demeurent problématiques pour les exportateurs canadiens, en particulier les lois brésiliennes en matière d'importation. En effet, le Brésil se sert toujours principalement des tarifs douaniers pour réglementer ses importations.

Il incombe à l'importateur brésilien de remplir les conditions locales particulières d'importation. Ce dernier confie habituellement le traitement des documents administratifs nécessaires à un courtier en douane. Ce dernier demeure le mieux placé pour fournir l'information en vigueur sur les procédures et les frais applicables. L'ambassade et les consulats canadiens au Brésil peuvent également fournir une liste de courtiers en douane, si nécessaire.

Pour tous les produits importés, le processus débute par la délivrance d'une licence d'importation. **Ce document s'avère essentiel et doit être obtenu avant d'expédier les produits. De plus, seuls les importateurs inscrits auprès du *Secretária de Comércio Exterior* (SECEX) peuvent obtenir une licence d'importation.** Depuis 1997, le processus d'importation a été informatisé au moyen d'un système automatisé de délivrance des licences : le SISCOMEX (*Sistema Integrado de Comércio Exterior*). Pour les produits agricoles et alimentaires, la délivrance de la licence s'effectuera après l'approbation et l'enregistrement auprès des autorités compétentes des ministères de la santé et de l'agriculture (voir section 2.4). Une fois la licence d'importation obtenue et les renseignements sur la cargaison inscrits dans SISCOMEX, ce système automatisé indique les droits à l'importation et les autres taxes qui s'appliquent.

En tant que membre de l'OMC, le Brésil détermine la valeur en douane de la marchandise selon les dispositions des règles d'évaluation en douane. Les droits sont appliqués à la valeur CIF (coûts, assurance, fret) des importations. Diverses taxes sont également perçues. **Votre importateur et le courtier en douanes sont bien placés pour vous aviser des taux applicables et des exemptions.** En voici tout de même un aperçu :

- Taxe fédérale sur les produits industriels (IPI : *Imposto sobre Produtos Industrializados*) variant de 0 à 15 % selon le produit et appliquée sur la somme de la valeur CIF et du droit à l'importation ;
- Taxe étatique de type TVA (taxe sur la valeur ajoutée) (ICMS : *Imposto sobre Circulaçao de Mercadorias e Serviços)* variant de 12 à 23 % selon l'État brésilien. Elle s'applique sur la somme de la valeur CIF, du droit à l'importation et de la taxe fédérale IPI ;
- Frais d'utilisation du système SISCOMEX.

2.4 Réglementation des produits agroalimentaires

La réglementation et la commercialisation des produits alimentaires au Brésil est sous juridiction fédérale. Dans les faits, deux ministères, par le biais de leurs différents départements, réglementent et contrôlent les importations de produits alimentaires :

- *Ministério da Agricultura e do Abastecimento* (MAA) : s'occupe des produits frais, des produits de première transformation, des produits d'origine animale, des produits pour animaux domestiques, des animaux vivants, des plantes et des boissons alcoolisées et non-alcoolisées.
- *Ministério de Saúde* (MS) : s'occupe de tous les produits transformés et des suppléments alimentaires, à l'exception de ceux sous l'autorité du MAA.

Pour certains produits, ces entités exigent que l'importateur et/ou les produits soient enregistrés auprès de l'autorité compétente. Même s'il incombe à l'importateur d'effectuer les démarches reliées à ces enregistrements, l'exportateur doit être prêt à fournir les échantillons, documents et autres renseignements exigés (ex. : certificat sanitaire ou phytosanitaire approuvé par l'ACIA et par un consulat brésilien au Canada, etc.). C'est le cas entre autres pour le Departamento de Defesa e Inspecão Vegetal – DDIV (Département de la Santé des Plantes et du Service d'Inspection) qui exigent la fourniture d'un échantillon à des fins d'analyse chimique pour les produits du vin et des spiritueux, de la bière et des jus.

Ministère de l'agriculture et de l'alimentation *(Ministério da Agricultura e do Abastecimento* - MAA)
Esplanada dos Ministerios, Bloco D
70043-000 - Brasília - DF
Téléphone : (55-61) 218-2000
www.agricultura.gov.br

Ministère de la santé (Ministério de Saúde – MS)
Agence nationale de surveillance sanitaire (Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA)
SEPN 515, Bloco B, Edifício Ômega
Brasília (DF) - CEP 70.770-502
Téléphone : (55-61) 448-1000
www.anvisa.gov.br

2.5 Documentation

Il est fortement recommandé de vérifier toute la documentation nécessaire avant l'expédition du produit. L'importateur est généralement au courant des procédures qui s'appliquent à l'importation de votre produit. Il est à noter que certains documents (tels les certificats phytosanitaires ou sanitaires) devront être authentifiés par un Consulat du Brésil au Canada.

La documentation requise peut varier selon le mode d'expédition, selon que l'on choisisse le bateau, le train, le camion ou la poste. Aux fins de statistiques, le Canada exige que soit rempli le formulaire B13A – Déclaration d'exportation. Celle-ci peut être remplie et transmise électroniquement à l'Agence des douanes et du revenu du Canada www.ccra-adrc.gc.ca/F/pbg/cf/b13abp/LISEZ-MOI.html

Quant aux exigences brésiliennes, la documentation de base inclut la licence d'importation, la facture commerciale, le connaissement (*Bill of Lading*) ainsi que les certificats sanitaire ou phytosanitaire. D'autres documents peuvent être exigés tels que le certificat d'origine, la liste de colisage (*Packing List*), le certificat d'assurance ou la facture pro-forma. Il est important de bien vérifier avec l'importateur les documents requis puisque certains sont nécessaires à l'obtention de la licence d'importation. Voici une description sommaire des documents de base :

- Licence d'importation

  Ce document est le plus important et s'avère essentiel pour l'exportation de produits au Brésil. Tel que mentionné à la section 2.3, la licence d'importation est obtenue par l'importateur à partir du système informatisé SISCOMEX.

- Facture commerciale

  Ce document indique tous les détails concernant la transaction. Il doit être préparé par le manufacturier, le vendeur du pays d'origine ou l'agent importateur et il doit indiquer les adresses complètes de l'exportateur et de l'importateur, le numéro de la licence d'importation, tous les renseignements concernant la livraison et le paiement (date, mode de transport, etc.) et une description de la marchandise. Rédigée en portugais ou en version traduite, la facture commerciale doit être signée à la main en plusieurs exemplaires par l'exportateur. Suivre les instructions de

l'importateur.

- Connaissement (Bill of Lading)

  Confirme que la marchandise a été livrée. Le document devrait comporter les références complètes du transporteur et de la marchandise. L'on doit aussi y mentionner le numéro de la licence d'importation ainsi que la date d'expiration de celle-ci. De même, il faut inscrire clairement les frais de transport exprimés en lettres et en chiffres. Suivre les instructions de l'importateur pour connaître le nombre de copies requises.

- Certificats d'inspection sanitaire ou phytosanitaire

  Il incombe à l'exportateur de bien s'assurer que toutes les exigences des autorités brésiliennes responsables de la réglementation des importations soient respectées. L'Agence canadienne d'inspection des aliments en surveille l'application et certifie en conséquence. Un des premiers contacts qu'un éventuel exportateur canadien devrait faire consiste à s'adresser à un responsable des produits d'exportation de l'ACIA. À titre d'exemple des exigences sanitaires, on peut consulter le Chapitre 11 du *Manuel des méthodes de l'hygiène des viandes* de l'ACIA qui présente les exigences pour les produits de viande. La section 11.7.3 décrit les exigences spécifiques du Brésil.

  Manuel des méthodes de l'hygiène des viandes de l'ACIA
  www.cfia-acia.agr.ca/francais/anima/meavia/mmopmmhv/table11f.shtml

Il est important de mentionner que les certificats sanitaires et phytosanitaires doivent être authentifiés par un consulat du Brésil au Canada. L'ACIA ne collige pas les exigences des autres pays concernant les produits végétaux, tant au sujet de la phytoprotection que des normes de qualité exigées. Elle délivre toutefois les permis et les certificats phytosanitaires qui lui sont demandés par les exportateurs. Il est important de vérifier les procédures à suivre pour éviter les délais.

2.6. Étiquetage et emballage

Afin de respecter toutes les exigences et éviter les pénalités, l'exportateur canadien devra se tourner vers l'importateur en vue d'obtenir des instructions spécifiques à son produit. Au Brésil, certaines étiquettes doivent être approuvées préalablement par le Ministère de l'agriculture et de l'alimentation et/ou le Ministère de la santé. Il existe des firmes brésiliennes spécialisées qui fournissent l'assistance technique nécessaire pour l'enregistrement auprès des ministères concernés.

L'application des exigences en matière d'étiquetage est sous la responsabilité du *Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor* - DPDC (Département de défense et de protection du consommateur), relevant du Ministère de la justice. En plus des exigences de base, le code brésilien établi certaines particularités.

2.6.1 Aperçu de la réglementation

Exigences de base

- Nom du produit ;
- Pays d'origine ;
- Qualité, pureté ou mélange ;
- Volume et poids nets exprimés dans le système métrique ou une mesure équivalente ;
- Colorants et additifs alimentaires ;
- Date d'expiration et de production (établie par le fabricant) ;
- Ingrédients ;
- Instructions d'entreposage (si nécessaire) ;
- Prix et durée de conservation.

Il est de pratique courante pour les importateurs, les agents et les distributeurs brésiliens d'accepter une étiquette autocollante indiquant en portugais les informations précitées pour les produits importés. Cette étiquette doit aussi

contenir l'adresse complète de l'importateur ainsi que son numéro fiscal d'enregistrement.

Langue : Les exigences de base apparaissant sur l'étiquette doivent obligatoirement être libellées en portugais.

Boissons alcoolisées : La loi brésilienne stipule que tous les breuvages alcoolisés doivent obligatoirement porter la mention suivante sur l'étiquette : ***Evite o Consumo Excessivo de Alcool***.

3.0 Distribuer votre produit au Brésil

3.1 Agents importateurs, distributeurs et achats directs

Il est possible de recourir aux divers moyens traditionnels pour pénétrer le marché brésilien (agents importateurs, distributeurs, grossistes, maisons de commerce, ventes directes, etc...). Le choix de l'un ou l'autre dépendra du degré de contrôle que le manufacturier voudra conserver sur le prix et le canal de vente (détail, restauration ou transformation alimentaire), les objectifs à court ou long terme, le coût et le service après vente. Par ailleurs, les relations entre les agents importateurs et les compagnies exportatrices sont réglementées par des lois brésiliennes spécifiques, particulièrement en ce qui concerne les clauses d'indemnités. Par exemple, advenant le bris d'un contrat, la loi favorise habituellement l'agent brésilien et détermine l'indemnité à verser.

D'après le US Department of Agriculture (USDA BR0026), voici un aperçu des principaux moyens de pénétration du marché brésilien utilisés pour l'importation de produits alimentaires :

- **Directement aux supermarchés.** Il s'agit d'un mode d'approvisionnement de plus en plus fréquent chez les principaux détaillants à grandes surfaces. Les produits sont importés directement via une centrale d'achat.
- **Importateurs locaux.** Ceux-ci vendent les produits importés aux détaillants et dans le réseau HRI (hôtels, restaurants et institutions). Même si les centrales d'achat sont très présentes, les détaillants ont toujours recours aux services des importateurs locaux pour certains produits.
- **Distributeurs et grossistes.** Il s'agit de modes d'approvisionnement de plus en plus délaissés par les détaillants à grandes surfaces. Ce type de distribution ne sera utilisé que si les faibles coûts le justifient ou si la stratégie de l'exportateur consiste à vendre son produit dans les petits magasins traditionnels.

3.2 Des contacts

Le répertoire des plus grandes entreprises en Amérique latine publié par *Dun & Bradstreet* est classé par pays et par codes d'industrie (classification SITC). Lorsque l'entreprise est également active à l'importation, une mention spéciale est apposée. Ce répertoire s'avère un outil de référence intéressant pour l'entreprise à la recherche d'un fabricant/importateur ou à l'affût d'une alliance stratégique.

Vous pouvez également consulter le rapport du USDA (BR0017) qui porte sur le secteur de la transformation alimentaire au Brésil. Ce rapport présente un profil des plus importantes entreprises, par secteur, avec une mention du moyen d'importation qu'elles utilisent (achats directs, agents, etc.). Il s'agit d'un point de départ intéressant pour les fournisseurs d'ingrédients.

3.3 Fonctionnement des réseaux de distribution

Les petits marchés d'alimentation, marchés publics ou kiosques de rues sont toujours nombreux et fréquentés pour les petits achats alimentaires tels que les fruits et légumes frais et le poisson. Dans cette catégorie de magasins, les commerces de proximité (dépanneurs annexés à une station d'essence, par exemple) sont de plus en plus nombreux et offrent principalement des produits transformés. Peu de produits importés sont toutefois vendus par ces magasins.

Les plus importantes opportunités de marché demeurent sans contredit les entreprises exploitant des grandes surfaces, lesquelles sont responsables d'environ 75 % des ventes de produits alimentaires. Les produits importés représentent entre 5 % et 10 % de leur revenu total. Selon l'Associação Brasileira de Supermercados - ABRAS

(Association brésilienne des supermarchés), le nombre de supermarchés a augmenté de près de 11 % depuis 1998. L'organisme note également que les entreprises portent davantage intérêt aux préférences et aux goûts locaux des consommateurs.

Voici un aperçu de la distribution brésilienne, tel que proposé par le US Department of agriculture (USDA) :

Nom de l'entreprise	Propriété	Nb. de magasins	Ventes aliments et boissons (Millions $US 1999)	Politique d'achat
Carrefour Com. e Ind. Ltda	Française	152	7 943	Achats directs, importateurs locaux
Cia. Brasileira de Distribuicao	Locale et française	349	7 760	Achats directs, importateurs locaux
Sonae Distribuicao Brasil S/A	Portuguaise	164	2 854	Achats directs, importateurs locaux
BomPreco S/A Sup. Nordeste	Allemande	100	2 642	Achats directs, importateurs locaux
Casa Sendas Com. e Ind S/A	Locale	82	2 377	Achats directs, importateurs locaux
Wal-Mart Brasil Ltda	États-Unis	9	955	Achats directs, importateurs locaux
Se Supermercados	Portuguaise	46	714	Achats directs, importateurs locaux
Cia Zaffari Com. e Ind	Locale	19	696	Achats directs, importateurs locaux
G. Barbosa & Cia Ltda	Locale	34	518	Importateurs locaux

Source : USDA - Foreign Agricultural Services (2000). *Brazil - Retail Food Sector 2000* - Gain Report BR0026.

3.4 Hôtels, restaurants et institutions

Voici un aperçu des conclusions du rapport du USDA (BR0023) sur le secteur HRI au Brésil :

- En 1997, le Brésilien dépensait en moyenne 11,9 % de son budget alloué à l'alimentation pour des repas consommés à l'extérieur de la maison ;
- Le secteur des services alimentaires génère des revenus de l'ordre de 5 milliards US$. Selon l'Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas (ABERC) – Association brésilienne des entreprises de services alimentaires, 7,5 millions de repas sont servis chaque jour. La restauration rapide et les fournisseurs industriels et institutionnels peuvent atteindre des volumes justifiant les importations directement des manufacturiers étrangers ;
- L'industrie du tourisme génère des revenus de 52 milliards US$ dans l'économie brésilienne. Avec les investissements prévus en infrastructure, les résultats escomptés sont de l'ordre de 123 milliards US$ d'ici 2010 ;
- Plusieurs compagnies de ce secteur se procurent des produits importés via les importateurs locaux, rarement des importations directes ;
- Les importateurs locaux cherchent d'avantage des produits nouveaux et sophistiqués dont le prix ne représente pas un facteur d'achat important. On remarque une hausse de la demande pour les produits de qualité à haute valeur ajoutée ;
- Après l'ouverture des marchés en 1994, les producteurs locaux ont acquis les équipements et la technologie nécessaires afin de concurencer les produits importés. La qualité et la variété des produits locaux se sont accrues considérablement. Cela explique que beaucoup de produits importés sont disparus du marché brésilien depuis le milieu des années 1990 ;
- Les produits offrant le meilleur potentiel appartiennent aux catégories des aliments surgelés, semi-préparés et santé.

Études de marché spécifiques

1 Disponibles sur le site du Service des délégués commerciaux du Canada : www.infoexport.gc.ca

- Le marché agroalimentaire au Brésil, 4 pages, décembre 2000
- Le marché des grignotises au Brésil, 30 pages, janvier 2000
- Le marché des biscuits au Brésil, 29 pages, novembre 1999
- Le marché des légumes surgelés au Brésil, 31 pages, novembre 1999
- Le marché de l'eau en bouteille au Brésil, 25 pages, juillet 1999
- Le marché des aliments pour animaux de compagnie au Brésil, 26 pages, août 1998
- Le marché des confiseries au Brésil, 29 pages, avril 1998

2 Disponibles sur le site de la Direction des relations économiques extérieures du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie : www.dree.org/bresil/

- Le secteur laitier au Brésil - synthèse – 2 pages, juin 2000
- Boissons non alcoolisées et jus de fruits – synthèse – 2 pages, mai 2000
- L'Industrie Agro-alimentaire – synthèse – 2 pages, mai 2000
- La filière fruits au Brésil – synthèse – 2 pages, avril 2000
- Le marché de la génétique animale au Brésil – aperçu – 11 pages, mars 2000
- Le marché brésilien des aliments pour animaux d'élevage – aperçu – 7 pages, novembre 1999
- L'élevage au Brésil – synthèse – 3 pages, octobre 1999
- La Biscuiterie au Brésil – synthèse – 2 pages, septembre 1999
- Les Vins & Spiritueux au Brésil - synthèse - 4 pages, septembre 1999
- Panification et viennoiserie au Brésil – synthèse - 3 pages, septembre 1999

3 Disponibles sur le site : www.fas.usda.gov – Section Attaché Reports

- State of Biotechnology in Brazil - GAIN Report AR1601, 9 pages, janvier 2001
- Dairy and Products 2000 - GAIN Report BR0624, 21 pages, novembre 2000
- Livestock and Products 2000 - GAIN Report BR0617, 27 pages, août 2000
- Poultry and Products 2000 - GAIN Report BR0619, 21 pages, août 2000
- Kosher Food Market in Brazil - 1999 - GAIN Report BR9633, 18 pages, mars 2000
- Organic Farming in Brazil - GAIN Report BR9616, 6 pages, avril 1999
- Pet Food market in Brazil - GAIN Report BR9608, 8 pages, février 1999

4 Disponible sur le site : www.infoamericas.com/onlinelibrary/market_studies_business_guides.htm

- The Brazilian Tourism Industry, 12 pages, avril 1999

5 Disponible sur demande seulement, en provenance du US Department of State :

- Brazil – Fast Food Franchising – ISA970901, 53 pages, septembre 1997

Bibliographie - Documents disponibles sous le format électronique

1 - État de la demande et du marché d'importation

- CIA World Factbook 2000, 10 pages : www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/br.html
- Le consommateur brésilien - synthèse - 2 pages, mars 2000 : www.dree.org/bresil/

2 - La réglementation brésilienne

Sur le site : www.infoexport.gc.ca - Section Aperçu du potentiel du marché (Brésil)

- Aperçu de la réglementation et des coûts d'importation, 3 pages, août 2000.

Sur le site : www.dree.org/bresil/

- Législation/importation brésilienne de produits agro-alimentaires – synthèse - 3 pages, septembre 1999

Sur le site : www.fas.usda.gov – Section Attaché Reports

- Food and Agricultural Import Regulations and Standards - Country Report Update - GAIN Report BR0616, 21 pages, août 2000
- Registration of Imported Food Products - GAIN Report BR0611, 4 pages, avril 2000
- New Food and Drug Inspection Agency - GAIN Report BR9619, 2 pages, mai 1999
- New Procedures for Registration of U.S. Meat, Dairy - GAIN Report BR9614, 5 pages, avril 1999

3 - Le réseau de distribution

Sur le site : www.infoexport.gc.ca

- Supermarchés et hypermarchés – Brésil, 2 pages, août 2000

Sur le site : www.fas.usda.gov – Section Attaché Reports

- Retail Food Sector Report 2000 - GAIN Report BR0026, 13 pages, novembre 2000
- HRI Food Service Sector - GAIN Report BR0023, 13 pages, octobre 2000
- Food Processing Sector Report - GAIN Report BR0017, 14 pages, août 2000
- Retail Food Sector Report 1999 - GAIN Report BR9032, 16 pages, février 2000

Sur le site : www.dree.org/bresil/

- La grande distribution au Brésil – synthèse - 2 pages, janvier 2000

4 - Autres sites Internet pertinents

- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - Secretária de Comércio Exterior (SECEX) : www.mdic.gov.br/comext/pag/comext.html
- Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) : www.mj.gov.br/dpdc/default.asp
- Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) : www.abras.com.br
- Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas (ABERC) – Association brésilienne des entreprises de services alimentaires : www.aberc-br.org.br
- Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA) : www.abia.org.br
- Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo (ABRESI) : www.abresi.com.br
- Banque interaméricaine de développement : www.iadb.org
- Mercosur - Business and Information Community : www.mercosur.com

Bibliographie - Documents disponibles sous le format papier seulement

1 - État de la demande et du marché d'importation

- *L'état du monde 2001*, 12 pages
- Euromonitor (1999) – *Consumer Latin America 1999*, 15 pages
- Economist Intelligence Unit (1999) - *Consumer Marketing in Latin America*, Chapitre 6 – Consumer market trends : Brazil, 20 pages
- Statistiques provenant de World Trade Atlas
- Statistique Canada - *Le commerce international canadien de marchandises*

- Centre français du commerce extérieur (2000) – Exporter au Brésil, 42 pages

2 - La réglementation brésilienne

- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (1998). Comment exporter des aliments transformés au Brésil, 80 pages
- U.S. Department of State (1999) - Country Commercial Guide (chapitre « Trade regulations and Standards »), 24 pages
- D&B, Exporters Encyclopaedia for Brazil, 16 pages

3 - Le réseau de distribution

- Economist Intelligence Unit - *Consumer Marketing in Latin America*, Chapitre 9 – The retail revolution, 15 pages
- U.S. Department of State (1999) - *Country Commercial Guide* (chapitre « Marketing U.S. Products and Services »), 7 pages
- *D&B Handbook of Major Companies in the Region*, 64 pages
- São Paulo Stock Exchange (BOVESPA) – *Brazil Company Handbook, 1999-2000*, 18 pages

Date de publication: 2001-03-01

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, 2001